



## 科学广告系列谈之十三

一般来说，知名度有三个层次的指标：再认率、回忆率和第一提及率。

在广告的四种基本功能中，大家最熟悉、最关注的是提高品牌知名度。

说到知名度，可以说广告界无人不知，无人不晓。但是若要稍微深究一下，什么是知名度，恐怕很多人就说不清楚了。

实际上，市场当中，很多品牌知名度的相关调查数据，如果没有了解它们是如何调查出来的，经常会被误导。

比如说，假设有一项调查说，“佳洁士”的知名度为35%，另一项调查说“黑妹”的知名度是80%。如果仅看这两个数据，几乎所有人的反应都会是调查不准确。

然而这两项调查可能都还是比较准确的，那么问题出在哪里呢？就是关于知名度的操作定义、测量指标不一样。所以，要提高知名度，要先了解知名度有哪些操作定义、哪些操作指标。

一般来说，知名度有三个层次的指标：再认率、回忆率和第一提及率。

所谓再认率，简单地讲就是给消费者呈现品牌的名称或Logo，让他们确认他们是否讲过或听说过，能够正确确认自己见过或听说过该品牌的消费者所占的比率，就是再认率。

所谓回忆率，通常是指在没有呈现品牌名称或Logo的情况下，能够回忆出品牌名称或Logo的消费者所占的比率。

其中率先回忆出同一个品牌消费者所占的比率，则称为第一提及率。

再认率衡量的是品牌是否给消费者留下印象。消费者只要有点印象，只要在品牌名字或Logo再次出现时能够确认自己见过或听说过即可。一个品牌一旦让消费者清晰地见过或听说过，再有适当地重复，消费者往往都能够准确确认。

但是仅仅留下一点印象，不足以让消费者回忆出来。通常一个品牌要通过多次的重复，让消费者重复见过或听说过，他们才能留下深刻的印象，这样，消费者才能主动地回想起来。所以回忆率衡量的是品牌是否给消费者留下较为深刻的印象。

一个产品类别给消费者留下深刻印象的品牌有若干个，但是各个品牌在消费者心目中的位置是不一样的，通常那个处于最突出位置的品牌，就是消费者最容易率先回忆出来的品牌，所以，第一提及率衡量的是品牌在消费者心目中的地位。

从上面叙述中可以看出，同样一个品牌，如果同时测量三个指标，再认率应该最高，回忆率其次，第一提及率应该最小。

因此，就上面说到的例子来看，佳洁士的35%可能是第一提及率，而黑妹的80%可能是再认率。这样大家也许就不会觉得有问题了。所以，在实践中，当提到知名度时，要注意是哪一個指标，是如何测出来的，这样才不会被误导。（未完待续）

——作者黄合水系厦门大学新闻传播学院副院长、教授、博士生导师

[hanghs@xmu.edu.cn](mailto:hanghs@xmu.edu.cn)